

# Qualificazione ambientale dei prodotti e consumo sostenibile

## **Strumenti e marchi per la sostenibilità ambientale: la Carbon Footprint di prodotto**

Daniele Pernigotti

Rimini, 7 novembre 2012

# Presentazione

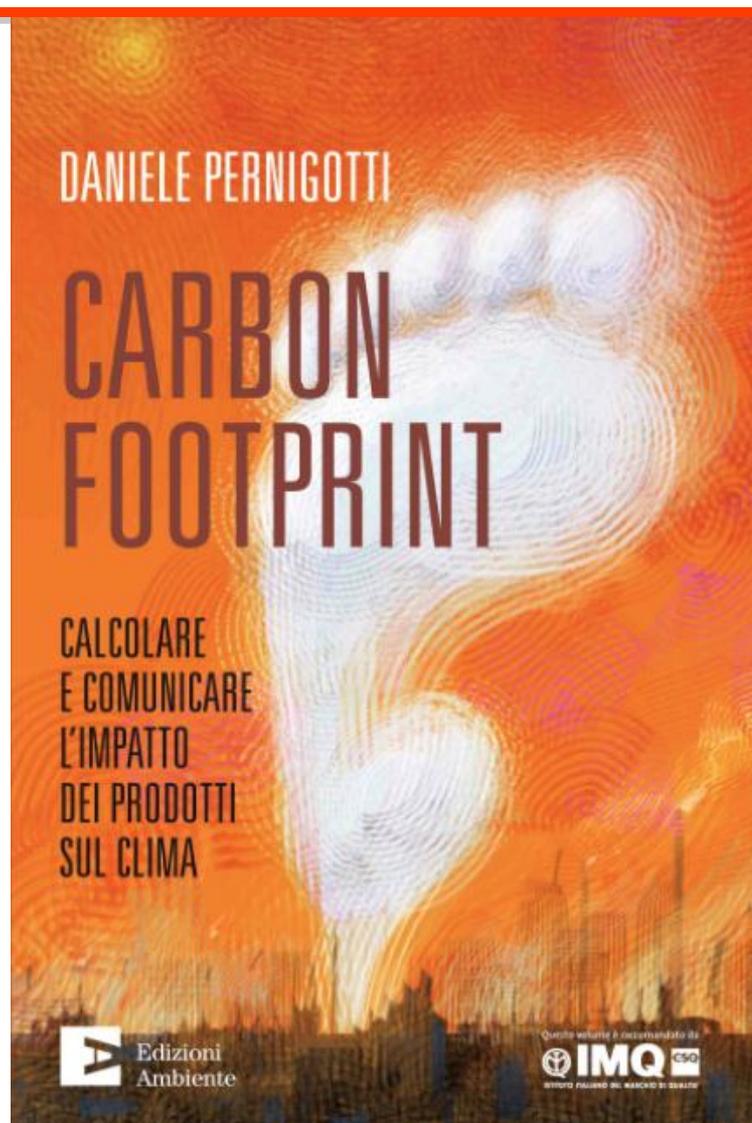
---

Opera con **Aequilibria** nella consulenza e formazione ambientale;

**inoltre**

- coordinatore del GL15 (gas serra o GHG) dell'**UNI** e delegato italiano in **ISO/TC 207** (ISO 14001 e norme sui GHG);
- membro della **task force ISO/TC 207** chiamata a definire le strategie di ISO sulla normativa inerente ai GHG;
- supporta **ACCREDIA** in materia di GHG (**EU ETS** e su **ISO 14064-1**) e nei gruppi **EA**;
- segue i negoziati internazionali (UNFCCC) sul cambiamento climatico come **giornalista** ([www.danielepernigotti.com](http://www.danielepernigotti.com))

# Per chi vuole approfondire



**Edizioni Ambiente**  
Pad 3 Stand 12

# Contenuti dell'intervento

---

1. Introduzione
2. Carbon footprint of product
3. La norma ISO 14067
4. Le prospettive di mercato



## INTRODUZIONE



# Un accordo tra governi è essenziale...

---



Il cambiamento climatico può trovare **soluzione solo**  
se si arriverà a un nuovo **patto mondiale sul clima.**

# Necessario... ma non sufficiente

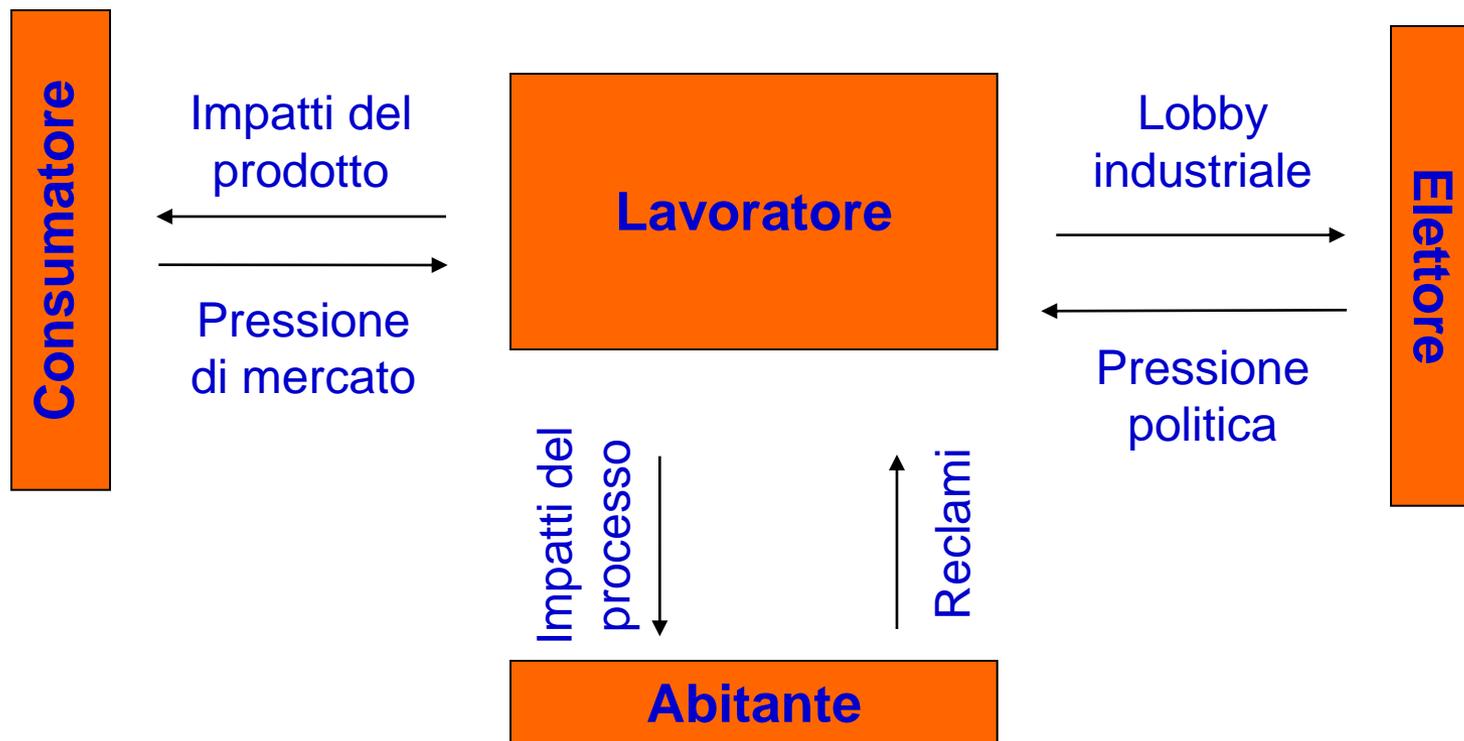
---

Il CC è considerato essere la **più grande sfida** che l'umanità si sia **mai** trovata ad affrontare in **modo collegiale**.

Un **accordo** è pertanto **indispensabile ma non sufficiente** a risolvere il problema.

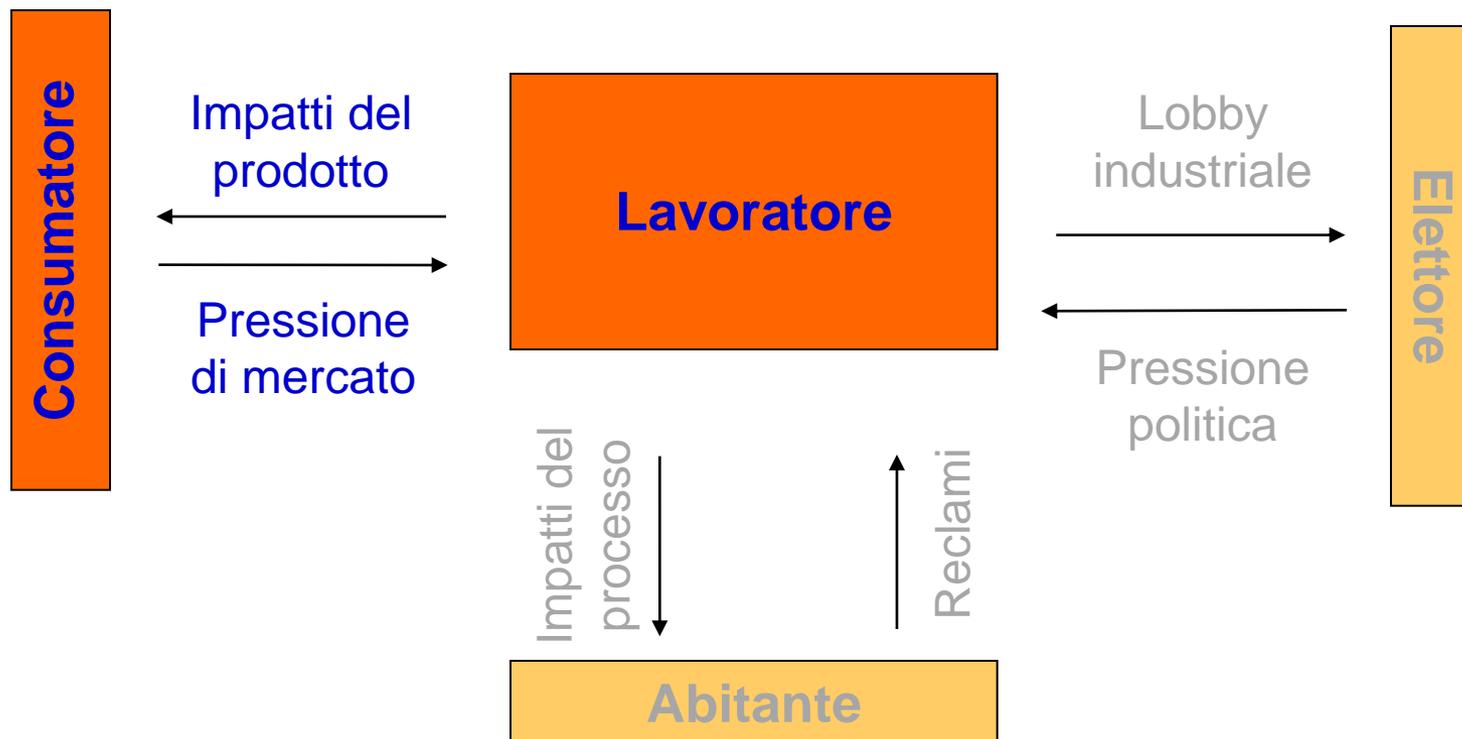
Perché possa verificarsi un vero cambiamento è fondamentale che il patto per il clima sia accompagnato da una **grossa spinta dal basso**.

# Le interazioni... di una stessa persona



Fonte: Carbon Footprint; 2011 (modificata)

# Produttore/consumatore



Fonte: Carbon Footprint; 2011 (modificata)

# Come scegliere

---

Non è pensabile che il consumatore acquisisca le **competenze tecniche** necessarie per compiere le proprie scelte di acquisto a minor impatto ambientale.

Si crea l'esigenza di **strumenti di mercato semplici e affidabili** per sintetizzare l'impatto ambientale di un prodotto.

# L'impronta ecologica

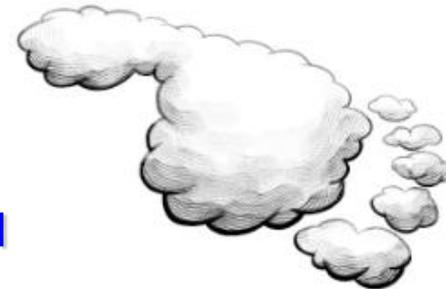
---

Tra il 1990 e il 1994 il dottorando **Wackernagel** e il prof. **Rees** sviluppano l'**impronta ecologica** quale strumento per il “calcolo” della **sostenibilità**.

L'impronta ecologica ha in sé il concetto di “**capacità di carico**” e cioè di come l'uomo utilizza (o sovra-utilizza) la **capacità** della Terra di **produrre risorse**.

# Un'impronta... tira l'altra

L'impronta ecologica ha la grande capacità di **semplificare** in modo immediato **una valutazione** di impatto di per sé abbastanza **complessa**. A quella **ecologica** è così seguita l'impronta **climatica** e quella **idrica**.



Fonte: Carbon Footprint; 2011

## CARBON FOOTPRINT OF PRODUCT



# Carbon footprint di prodotto (CFP)

---

La **carbon footprint di prodotto** (o impronta climatica) è la quantificazione dell'impatto complessivo di un prodotto sul riscaldamento globale.

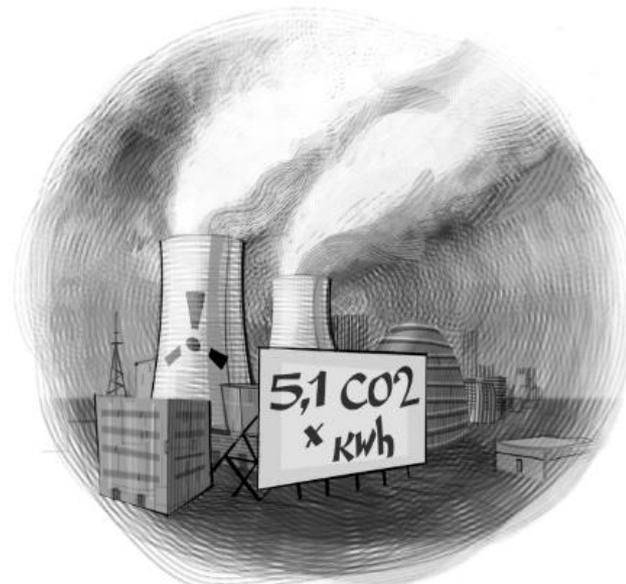
Rappresenta la somma dei **gas ad effetto serra (GHG)** emessi durante l'intero **ciclo di vita** di un determinato bene o servizio ed è espressa in grammi di **CO<sub>2</sub> equivalenti (g CO<sub>2</sub>e)**.

# LCA, ma... single issue

La **LCA** considera **tutte** le categorie d'impatto ambientale, mentre la **CFP** solo quella del CC.

La **grande urgenza** con cui è necessario intervenire su questo tema spiega il **grande successo** della **CFP**.

Bisogna però ricordare che **bassa CFP non equivale** necessariamente a **basso impatto ambientale**.



Fonte: Carbon Footprint; 2011

## LA NORMA ISO 14067



# ISO 14067 Carbon Footprint of Products

---

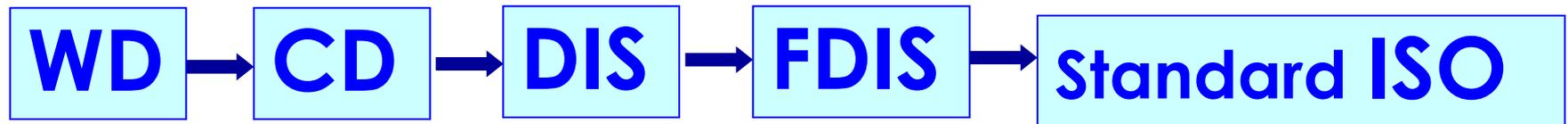
Dopo le esperienze della PAS 2050 e della norma del WRI/WBCSD è in arrivo lo standard internazionale ISO.



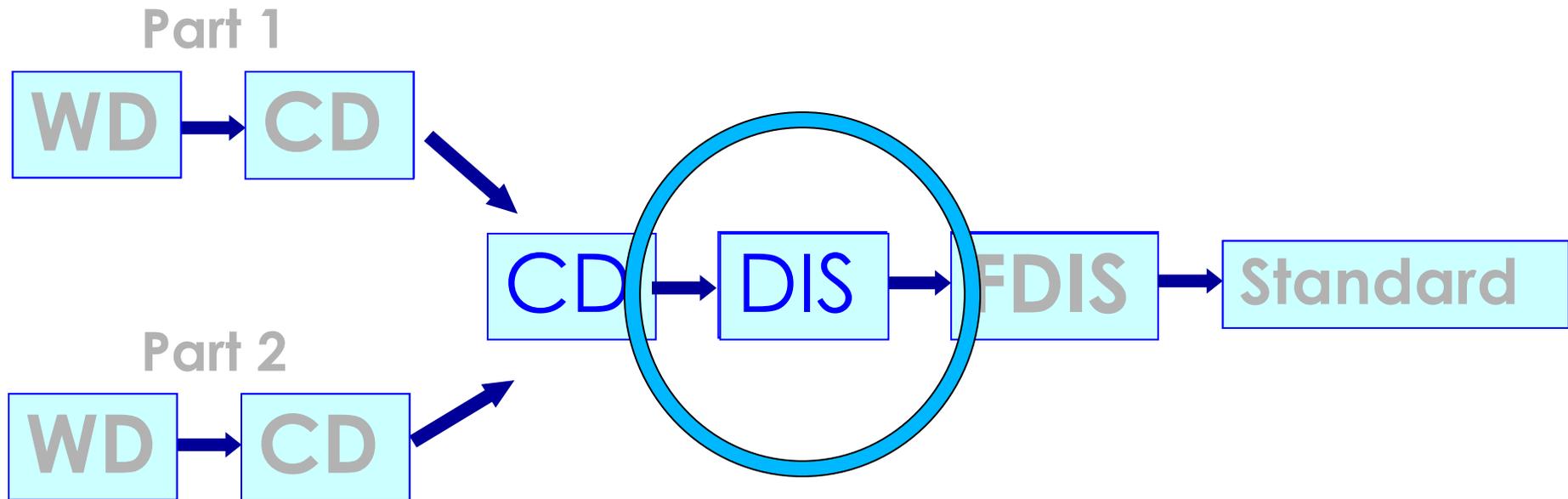
La nuova norma è in elaborazione per fornire i **requisiti** e le **linee guida** per la **quantificazione** e la **comunicazione** della CFP.

# Le fasi di sviluppo di una norma ISO

---



# Sviluppo dell'ISO 14067



La pubblicazione è prevista per il 2013.

# Applicazione

---

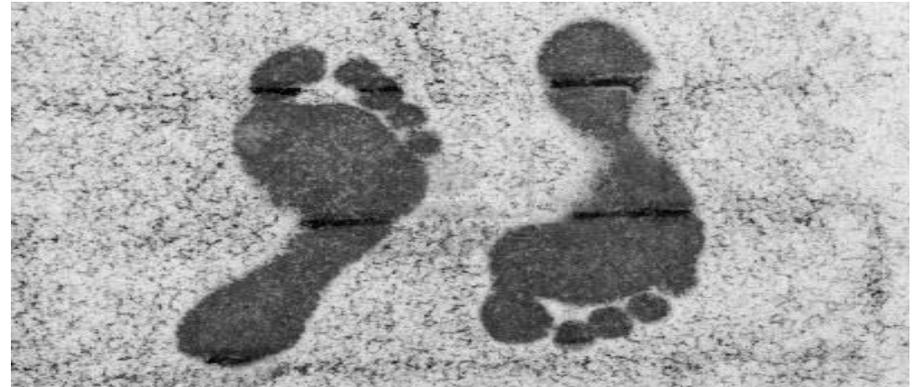
Lo standard **non** intende produrre **barriere doganali**, anche se le esperienze attuali lasciano intravedere la possibilità che ciò si possa indirettamente verificare.

# I "casi internazionali"

---

Interessante osservare gli  
esempi di **Uruguay** e **India**.

## LE PROSPETTIVE DI MERCATO

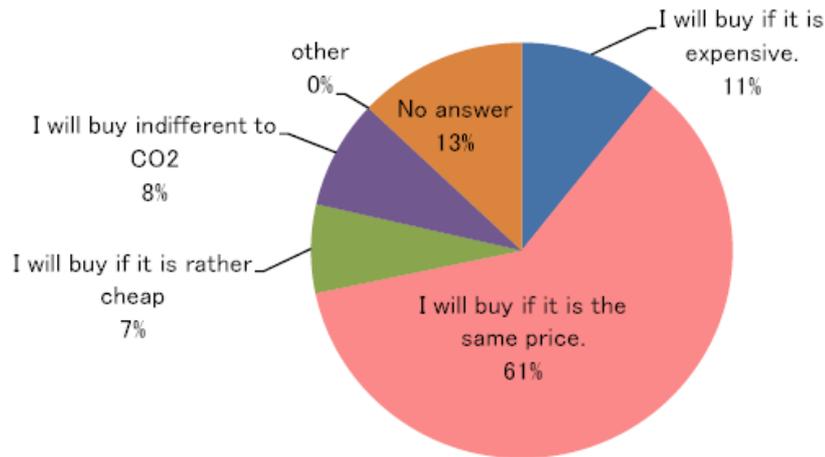


# Sondaggio giapponese

## Research on CFP in Eco Product 2009

Q Do you purchase low CFP product, if there are two same category products?

11% answered "I will buy if it is expensive". 60% "I will buy if it is the same price". For CFP implementation, cost control is necessary.



# Iniziative internazionali



# CFP nel mondo

**TESCO**

GRUPE  
**Casino**

**Walmart**   
Save money. Live better.

 **HITACHI**

 **PEPSICO**  
   

 **ニッポン人**  
Nippon Meat Packers, Inc.

  
Unilever

**MIGROS**

 **SCA Packaging**  
*clo life*

**Panasonic**

**FROSTA**  


**AEON**

**patagonia**<sup>®</sup>

**L'ORÉAL**<sup>®</sup>

# CFP in Italia



Taghleef Industries



Power and productivity  
for a better world™



# GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Daniele Pernigotti:  
dpernigotti@aequilibria.com

Attività giornalistiche su CC  
www.danielepernigotti.com

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:



di Pernigotti Daniele

Via Fratelli Rosselli, 25 • 36050 Quinto Vicentino (VICENZA)

Tel. 0444 355156 • info@aequilibria.com

[www.aequilibria.com](http://www.aequilibria.com)